

характеристика, как психическая неуравновешенность. Социально предписываемый перфекционизм у юношей связан с такими личностными показателями, как невротизм, психотизм, депрессия, робость, а также психической неуравновешенностью и интроверсией.

Общий уровень общего перфекционизма у девушек взаимосвязан с такими личностными характеристиками, как невротизм ( $r=0,306$ ,  $p<0,001$ ), психотизм ( $r=0,149$ ,  $p=0,027$ ), совестливость ( $r=0,282$ ,  $p<0,001$ ), психическая неуравновешенность ( $r=0,194$ ,  $p=0,020$ ). Особенности личности девушек с субъектно-ориентированным перфекционизмом являются такие характеристики, как невротизм, совестливость, асоциальность. У девушек с объектно-ориентированным – такие личностные характеристики, как невротизм, расторможенность и общительность. Социально предписываемый перфекционизм у девушек связан с такими личностными показателями, как невротизм, психотизм, депрессия, робость, а также психическая неуравновешенность и интроверсия.

### Литература

1. Flett, G.L. Components of perfectionism and procrastination in college students / G.L. Flett, K.R. Blankstein, P.L. Hewitt, S. Koledin // *Social behavior and personality*. – 1992. – № 20 (2). – Р. 85–94.
2. Грачева, И. И. Адаптация методики «Многомерная шкала перфекционизма» П. Хьюитта и Г. Флетта / И. И. Грачева // *Психологический журнал*. – 2006. – № 6. – С. 73–80.
3. Фурманов, И. А. Психодиагностика и психокоррекция личности / И. А. Фурманов, Л. А. Пергаменщик. – Мн. : Нар. асвета, 1998. – 64 с.

## Пути усовершенствования маркетинговой среды кафе «АРХідэя» в городе Гродно

*Токмакчиева В. В., студ. V к. ГрГУ им. Я. Купалы,  
науч. рук. ст. преп. Боярчук Т. Н.*

Общественное питание как особая форма внедомашнего организованного приготовления и потребления пищи – специфическая отрасль хозяйства, имеющая определенную целевую направленность и соответствующие ей задачи: поддержание и восстановление здоровья населения, организация досуга населения, рациональное использование трудовых ресурсов, повышение уровня экономического благосостояния страны [1, с. 148].

В городе Гродно кафе «АРХідэя» является одним из самых современных и перспективных, на наш взгляд, предприятий общественного питания. На сегодняшний день внедрение эффективных усовершенствований и раз-

работка инноваций в деятельности кафе являются весьма актуальными, так как они необходимы для привлечения посетителей и удовлетворения их разнообразных потребностей.

Целью исследования внутренней среды является выявление сильных и слабых сторон предприятия общественного питания, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды) методом SWOT-анализа и SNW-анализа. Проведенный анализ маркетинговой среды кафе «АРХідзя» г. Гродно позволил нам выявить сильные и слабые стороны предприятия. Согласно проведенному SWOT-анализу, наиболее сильные стороны кафе проявляются в предоставлении возможности обучения и развития персонала, высоком уровне обслуживания, рентабельности организации, выгодном расположении заведения в центре города, а также высоких продажах в обеденное время. А наиболее слабые стороны – это текучесть кадров среди официантов и барменов, представленных в основном студентами, отсутствие в организации маркетинговой информационной системы на предприятии. По SNW-анализу наиболее сильными позициями кафе «АРХідзя» обладает в области бизнес-стратегии и критериях оценки персонала, а также мотивировании персонала и уровне производства в целом. Слабые позиции кафе представлены отсутствием реализации перспективы карьерного роста, низким уровнем маркетинга и менеджмента, а также отсутствием инноваций.

Для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия, в соответствии с результатами проведенного анализа, мы предлагаем внедрить в деятельность кафе «АРХідзя» следующие эффективные усовершенствования и инновации:

1. Разработать технологию управления персоналом в соответствии со структурой и целями кафе «АРХідзя», что включает в себя серьезный отбор и расстановку кадров, оплату труда и вознаграждение в соответствии с принципами справедливости и беспристрастности, оценку труда и ее результативности, основанную на конкретном вкладе работника, развитие личности, ориентированное на неформальный характер и на наставничество со стороны ведущих работников, обучение и повышение квалификации работников.

2. Осуществить следующие мероприятия по совершенствованию и обеспечению повышения конкурентоспособности: ускорить работу по модернизации существующего оборудования, освоить технологию приготовления блюд иностранной кухни, рассмотреть вопрос ценообразования с целью усиления конкурентоспособности, учесть особенности требований рынка (цена, условия поставки, ассортимент), а также замечания и предложения потребителей по качеству продукции, изучить стратегию повышения качества товара, уступающего аналогичным показателям товаров конкурентов,

использовать конкретные маркетинговые приемы, ориентированные на привлечение клиентов.

3. Пригласить маркетолога для разработки маркетинговой политики кафе с целью изучения рынка, исследования подходов и стратегий конкурентов и изучения предпочтений потребителей.

4. Разработать рекламную стратегию кафе. Для этого необходимо создать сайт кафе «АРХідзя» в сети Интернет, разместить рекламу в печатных СМИ, заключить партнерское соглашение с радиостанцией «Радио Гродно 101.2», приобрести световую вывеску Flash-Art, что обеспечит круглосуточную и эффективную рекламу, а также разместить рекламу в лифтах жилых домов и в салонах общественного транспорта.

5. Внедрить инновации в деятельность кафе «АРХідзя» посредством обеспечения посетителей системой бесплатного Wi-Fi, что привлечет, на наш взгляд, потенциального постоянного клиента заведения. Также необходимо создать муляжи блюд, которые можно разместить прямо на витрине кафе, что даст возможность показать людям меню таким, каким оно выглядит в оригинале. Внедрить в кафе QR-код, где в маленьком квадратике двухмерного штрих-кода можно разместить подробную информацию о данном предприятии, меню, акциях и о сайте заведения [2].

Таким образом, предлагаемые усовершенствования и инновации в деятельности кафе «АРХідзя» несомненно поспособствуют тому, что в сознании потребителя сложится положительный образ предприятия, который, в свою очередь, привлечет большее количество постоянных клиентов, что непосредственно увеличит прибыль кафе.

### **Литература**

1. Немоляева, М. Э. Маркетинг в иностранном туризме / М. Э. Немоляева – М.: АСТ, 2008. – 275 с.
2. Эффективное решение. Инновации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nippondom.com/innovatsii-v-restorannom-biznese>. – Дата доступа: 18.09.2015.

## **Стабильность налоговой системы – одно из приоритетных направлений государственной политики Республики Беларусь**

*Хихол Е.П., магистрант БГЭУ,  
науч. рук. Кондакова Н. М., канд. эк. наук, доц.*

Согласно п. 1 ст. 6 Налогового кодекса Республики Беларусь, налогом признается обязательный индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый